

**SATU KAJIAN TENTANG PANDANGAN MASYARAKAT REMAJA  
SEKOLAH LUAR BANDAR TENTANG TEKNIK DAN PENGOLAHAN  
IKLAN-IKLAN SYARIKAT ROKOK DI TELEVISYEN  
DI SEKITAR TAHUN 1999.**

**NOR FAZLIE B SAFRI  
96212243**

Tesis ini dikemukakan kepada Fakulti Seni Lukis Seni Reka,  
Universiti Teknologi MARA sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan  
Ijazah Sarjana Muda Seni Lukis & Seni Reka

**1. Diperiksa oleh :..... Tarikb: .....**  
**2. Diperiksa oleh :..... Tarikb: .....**  
**2. Diluluskan oleh :..... Tarikb: .....**

**DEKAN  
FAKULTI SENI LUKIS DAN SENI REKA  
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA  
40450 SHAH ALAM  
SELANGOR DARUL EHSAN**

## SINOPSIS

Dunia periklanan semakin berkembang dari sehari ke sehari. Ianya akan terus berkembang selari dengan peredaran zaman. Banyak iklan-iklan yang ditayangkan di televisyen pada masa ini muncul dalam berbagai-bagai bentuk dan kreativiti. Mereka bersaing dan semuanya ada kekuatan tersendiri tidak kira dari segi teknik, strategi ataupun pengolahannya. Oleh itu, penulis telah mengambil satu pendekatan untuk mengkaji sejauh mana iklan-iklan ini berjaya menyampaikan mesej mereka kepada umum. Penulis telah mengkhususkan iklan syarikat rokok sebagai kajian dengan memilih tajuk tesis iaitu, Satu Kajian Tentang Pandangan Masyarakat Remaja Sekolah Luarbandar Tentang Teknik Dan Pengolahan Iklan-iklan Syarikat Rokok Di Televisyen Di Sekitar Tahun 1999.

Antara tujuan penting kenapa penulis memilih tajuk sedemikian untuk dijadikan tesis ialah penulis ingin mengetahui bagaimana strategi, teknik, media dan pengaruh yang digunakan oleh syarikat rokok ini dalam mengiklankan produk mereka kepada masyarakat terutamanya kepada responden. Penulis telah memilih responden yang difikirkan sesuai iaitu masyarakat remaja sekolah luarbandar yang berbeza corak kehidupan dan pemikiran untuk memberi pandangan, pendapat dan komen berhubung dengan iklan-iklan syarikat rokok tersebut.

Penulis akan menganalisa perkara tersebut berdasarkan strategi dan kaedah tertentu agar apa yang penulis inginkan bertepatan dengan tajuk yang dibuat. Antara kaedah penting yang penulis lakukan ialah dengan menyediakan dan mengedar kertas soalan kajiselidik, membuat temuramah dengan agensi periklanan, membuat temuramah dengan responden dan membuat rakaman video iklan-iklan syarikat rokok yang disiarkan di televisyen pada masa sekarang. Di samping itu, penulis juga membuat rujukan di akhbar-akhbar, artikel, majalah dan buku-buku ilmiah.

Dalam bab 3, keputusan analisis yang telah dibuat, diperolehi setelah semua maklumat dan kaedah tersebut dijalankan dan dianalisa. Apa yang penulis lakukan untuk mencari rumusan ialah dengan menganalisa berapa peratus responden yang tahu akan periklanan, berapa peratus responden yang meminati iklan syarikat rokok, berapa peratus responden yang merokok berserta puncanya dan bilangan iklan syarikat rokok jenis apa yang diminati oleh responden. Semua analisis adalah dalam bentuk carta pai dan graf.

Dalam bab terakhir pula, penulis telah dapat menyimpulkan bahawa responden iaitu masyarakat remaja sekolah luarbandar bukanlah satu golongan yang pasif seperti yang dijangkakan oleh sesetengah pihak. Dari analisis tersebut, jelas menunjukkan bukti-bukti bahawa mereka bukanlah pelajar yang ketinggalan baik dari segi pelajaran, pemikiran mahupun penampilan. Dengan iklan sebagai kayu pengukur yang penulis gunakan dalam tesis ini, akhirnya dapat menilai pemikiran seseorang individu atau sesuatu masyarakat lebih-lebih lagi pemikiran responden yang dipilih.

## JADUAL ISI KANDUNGAN

## muka surat

Halaman pemeriksa	i
Penghargaan	ii
Sinopsis	iv
Jadual isi kandungan	v
Senarai Rajah, Graf dan Carta	vii
Kandungan isi	
BAB 1	
1.1. Pengenalan	1
1.2. Tujuan / Objektif	3
1.3. Kesignifikanan Tesis	4
1.4. Kaedah dan Prosuder	5
1.4.1. Analisis	
1.4.2. Keputusan	
1.5. Penutup	8
BAB 2	
2.1. Definisi Tajuk	9
2.2. Definisi Istilah Penting	10
2.2.1. Iklan	
2.2.2. Remaja	
2.3. Kajian Terhadap Tajuk	
2.3.1. Pengenalan Umum	14
2.3.2. Bagaimana Strategi Periklanan Syarikat Rokok	15
2.3.3. Bagaimana Teknik Periklanan Syarikat Rokok	20
2.3.4. Media	22
2.3.5. Remaja Sekolah Luar Bandar	25

BAB 3	
3.1.	Laporan
3.1.1.	Pengaruh Terhadap Responden (Perangkaan umum) 33
3.1.2.	Laporan Kaedah dan Prosuder 36
a.	Soalan Kajiselidk
b.	Rakaman Video
c.	Temubual
3.2.	Analisis
3.2.1.	Tingkatan 3 Adib 53
3.2.2.	Tingkatan 4 Adib 65
3.2.3.	Tingkatan 5 Arif 77
3.2.4.	Tingkatan 6 Rendah Sastera 89
3.2.5.	Tingkatan 6 Atas Sastera 101
BAB 4	
4.1.	Kesimpulan dan penemuan 113
Bibliografi	117
Lampiran	119

## **SENARAI RAJAH, GRAF DAN CARTA PAI.**

**muka surat**

### **1. RAJAH**

RAJAH 2.1 - Strategi Periklanan DUNHILL.	17
--	----

### **2. GRAF**

3.2.1 (a) - Graf punca bilangan pelajar lelaki Tingkatan 3 Adib yang merokok.	61
3.2.1 (b) - Graf bilangan pelajar Tingkatan 3 Adib di SMK Dato' Dol Said yang minat terhadap iklan-iklan syarikat rokok yang disiarkan di televisyen.	63
3.2.2 (a) - Graf punca bilangan pelajar lelaki Tingkatan 4 Adib yang merokok.	73
3.2.2 (b) - Graf bilangan pelajar Tingkatan 4 Adib di SMK Dato' Dol Said yang minat terhadap iklan-iklan syarikat rokok yang disiarkan di televisyen.	75
3.2.3 (a) - Graf punca bilangan pelajar lelaki Tingkatan 5 Arif yang merokok.	85
3.2.3 (b) - Graf bilangan pelajar Tingkatan 5 Arif di SMK Dato' Dol Said yang minat terhadap iklan-iklan syarikat rokok yang disiarkan di televisyen.	87
3.2.4 (a) - Graf punca bilangan pelajar lelaki Tingkatan 6 Rendah Sastera yang merokok.	97
3.2.4 (b) - Graf bilangan pelajar Tingkatan 6 Rendah Sastera di SMK Dato' Dol Said yang minat terhadap iklan-iklan syarikat rokok yang disiarkan di televisyen.	99
3.2.5 (a) - Graf punca bilangan pelajar lelaki Tingkatan 6 Atas Sastera yang merokok.	109
3.2.5 (b) - Graf bilangan pelajar Tingkatan 6 Atas Sastera di SMK Dato' Dol Said yang minat terhadap iklan-iklan syarikat rokok yang disiarkan di televisyen.	111

### **3. CARTA PAI**

3.2.1 (a) - Peratus di antara pelajar Tingkatan 3 Adib di SMK Dato' Dol Said yang tahu dan tidak tahu akan periklanan.	53
3.2.1 (b) - Peratus di antara pelajar lelaki Tingkatan 3 Adib di SMK Dato' Dol Said yang tahu dan tidak tahu akan periklanan.	54
3.2.1 (c) - Peratus di antara pelajar perempuan Tingkatan 3 Adib di SMK Dato' Dol Said yang tahu dan tidak tahu akan periklanan.	54
3.2.1 (d) - Peratus di antara pelajar Tingkatan 3 Adib di SMK Dato' Dol Said yang minat dan tidak minat akan iklan syarikat rokok di televisyen.	56